

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	III
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	IV
LEMBAR ORIGINALITAS SKRIPSI.....	V
KATA PENGANTAR.....	VI
<i>ABSTRACT</i> .....	VIII
ABSTRAK.....	IX
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR TABEL.....	XIV
DAFTAR LAMPIRAN.....	XV
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	9
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.3 <i>Brand Ambassador</i> .....	16
2.1.4 Iklan.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Kerangka Berpikir.....	34
2.4 Hipotesis.....	35
BAB III.....	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Objek Penelitian.....	37
3.3 Populasi dan Sampel.....	38
3.3.1 Populasi.....	38

3.3.2 Sampel .....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.5 Definisi Operasional .....	41
3.6 Teknik Analisis Data .....	44
3.6.1 Analisis Deskriptif .....	45
3.7 Uji Validitas dan Realibilitas .....	45
3.7.1 Uji Validitas .....	45
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	45
3.8 Uji Asumsi Klasik .....	46
3.8.1 Uji Normalitas .....	46
3.8.2 Uji Multikolinieritas .....	46
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas .....	47
3.9 Analisis Regresi Linear Berganda .....	47
3.10 Penguji Hipotesis .....	48
3.10.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) .....	48
3.10.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T) .....	48
3.10.3 Uji R <sup>2</sup> (Koefisien Determinasi) .....	49
BAB IV .....	50
4.1 Analisis Data .....	50
4.1.1. Karakteristik Responden .....	50
4.2. Analisis Deskriptif .....	53
4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Ambassador</i> .....	53
4.2.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Iklan .....	54
4.2.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	55
4.3 Uji Validitas dan Realibilitas .....	56
4.3.1 Uji Validitas .....	56
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	58
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	59
4.4.1 Uji Normalitas .....	59
4.4.2 Uji Multikolinieritas .....	59
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	60
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda .....	61
4.6 Penguji Hipotesis .....	62
4.6.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) .....	62

4.6.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T) .....	62
4.6.3 Uji R <sup>2</sup> (Koefisien Determinasi) .....	63
4.7 Pembahasan .....	64
4.7.1 Pengaruh Brand Ambassador (X <sub>1</sub> ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	64
4.7.2 Pengaruh Iklan (X <sub>2</sub> ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	65
BAB V .....	66
5.1 Kesimpulan .....	66
5.2 Saran .....	67
5.2.1 Bagi Perusahaan .....	67
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya .....	69
DAFTAR PUSTAKA .....	70
LAMPIRAN .....	75